SECTEUR
LUXE, MODE & BEAUTÉ

Le secteur à l’heure de nouveaux codes

Entre impératifs de durabilité, innovations technologiques disruptives et mutations des attentes consommateurs, les paradigmes évoluent pour les marchés du luxe, de la mode et de la beauté : accélération de l'omnicanalité et du social commerce, hyper-personnalisation de l'offre par l'IA et la data, essor des modèles circulaires, montée en puissance des produits clean, éthiques et inclusifs…

Maisons de luxe, acteurs de la mode et de la beauté, DNVB, enseignes... : nos études vous fourniront les insights stratégiques pour comprendre vos marchés et anticiper les business models de demain.

Découvrez nos nouveautés et trouvez le sujet adapté à vos enjeux.

Cécile DESCLOS

Directrice d’études

cdesclos@lesechos.fr

Suivez-moi sur linkedin

Recevez ma newsletter

INDEX

TROUVEZ L'ÉTUDE ADAPTÉE À VOTRE BESOIN DANS LE SECTEUR LUXE, MODE & BEAUTÉ

Marché & Données

Taille de marché, segmentation, positionnement des acteurs, dynamique concurrentielle

› **La Beauty Tech, nouvel eldorado du marché de la beauté** p 160

› **Marchés du luxe : reconquérir la clientèle occasionnelle** p 167

› **Le marché français de la dermocosmétique** p 174

› **Marchés de l'occasion et de la location** p 175

› **Le nouveau visage du marché mondial de la bijouterie-joaillerie de luxe** p 176

Comportements & Insights consommateurs

Attentes clients, usages, parcours, perceptions, leviers d'achat

› **Le marché des produits solaires** p 163

› **Cosmétiques pour hommes : un marché à fort potentiel** p 165

› **Le renouveau du marché des soins anti-âge** p 168

› **Produits capillaires : les relais de croissance du marché** p 169

› **Luxe-Mode-Beauté : réenchanter l'acte d'achat** p 172

Tech & IA

Innovations, cas d'usage, IA, nouveaux modèles d'affaires

› **a-commerce, s-commerce… : les canaux stars du e-commerce** p 162

› **Retail : le virage du serviciel** p 166

› **IA : la révolution du retail** p 173

Scénarios 2030

Prospective, signaux faibles, trajectoires de marché, modèles émergents

› **Sport et luxe : nouvelles opportunités et stratégies gagnantes** p 161

› **La maroquinerie de luxe à l'heure de la reconquête** p 164

› **Marchés du luxe expérientiel et de l'aménagement intérieur** p 170

› **Les territoires de croissance du marché mondial des parfums** p 171

› **Les outsiders du luxe** p 177

Retrouvez ce menu pour chaque étude

Consulter le plan de l'étude

Lire un extrait

Approfondir l'analyse

Être contacté

Retour à l'index

La Beauty Tech, nouvel eldorado du marché de la beauté

De l'analyse cutanée intelligente aux dispositifs connectés, comment la technologie redéfinit les codes pour une beauté personnalisée et augmentée

› **Chiffres clés et perspectives du marché de la Beauty Tech** en France et au niveau mondial

› **Dynamiques et tendances** sur le marché français par univers (Skin Tech, Hair Tech, Make-up Tech...), par device d'électro-beauté (masques LED, outils de diagnostic de peau, appareils à micro-courant…), par débouché (appareils à domicile vs soins professionnels), par circuit (GSA, instituts de beauté, enseignes high-tech…)

› **Panorama des acteurs clés de la beauty tech** (acteurs de la beauté, de l'électronique grand public, fournisseurs tech, startups) et décryptage des stratégies gagnantes

Sport et luxe : nouvelles opportunités et stratégies gagnantes

De l'image à l'offre dédiée : le sport, levier d'expression, d'influence et de croissance pour les maisons de luxe

› **Les tendances qui accélèrent la convergence** entre sport et luxe

› **L'intérêt stratégique et les opportunités offertes par le sport** pour renforcer la désirabilité, recruter de nouveaux clients et trouver des relais de croissance

› **L'impact sur l'identité de marque :** comment le luxe réinvente son image via le sport

› **Les stratégies mises en place par les maisons :** mécénat, sponsoring, collections dédiées (mode athleisure, sneakers, accessoires tech) … via de nombreux cas d'usage

› **Nos recommandations** pour une stratégie d'intégration réussie et impactante dans le monde sportif

a-commerce, s-commerce… : les canaux stars du e-commerce

Quels canaux incontournables ?
Quelles marques et enseignes prennent le lead ?
Quels sont les secteurs les plus avancés ?

› **Le potentiel économique et stratégique de chaque circuit :** commerce agentique, social commerce, affiliation, live shopping, commerce conversationnel (IA), shoppable gaming

› **Les stratégies mises en place** par les marques et enseignes les plus avancées

› **De nombreux cas d'usage dans des secteurs clés :** grande distribution alimentaire, beauté, prêt-à-porter, luxe, équipement de la maison, articles de sport, high tech, bricolage-jardinage, jeux et jouets…

› **Des recommandations opérationnelles** pour prioriser vos investissements

Le marché des produits solaires

Comment l'innovation des marques et les exigences des clients réinventent un marché en pleine expansion

› **Les chiffres clés au global** et par circuit et les perspectives à horizon 2030 en France

› **Les dynamiques et tendances** par segments : types de produits (préparation au soleil, photoprotection, après-soleil, auto-bronzant), usages (visage, corps, lèvres), actions (indice SPF…) texture/format/galénique (crèmes, huiles, sprays, sticks…)

› **Une enquête auprès des Français** pour décrypter leurs habitudes de consommation et leurs attentes

› **Les stratégies de croissance des acteurs** positionnés sur le marché : laboratoires pharmaceutiques, acteurs de la beauté, acteurs du mass market, jeunes pousses…

La maroquinerie de luxe à l'heure de la reconquête

Quels leviers et quelles propositions de valeur pour retrouver son statut de segment star du luxe ?

› **Notre valorisation exclusive du marché :** quelles dynamiques par zone géographique et par segment ? Quelle trajectoire de croissance à horizon 2030 ?

› **Le benchmark des performances** commerciales et le décryptage du portefeuille produits d'un panel d'acteurs (maisons établies, outsiders)

› **Le regard des maisons** sur les challenges du marché au travers d'entretiens qualitatifs

› **L'analyse des stratégies** de reconquête et des propositions de valeur gagnantes au travers d'initiatives disruptives

› **Nos recommandations** sur les leviers à privilégier pour enclencher une nouvelle dynamique

Cosmétiques pour hommes : un marché à fort potentiel

Capitaliser sur les nouveaux ressorts de la beauté masculine et saisir les opportunités de croissance du marché

› **Le poids économique du marché** de la beauté masculine au niveau mondial et français

› **Une enquête exclusive** auprès des Français pour décrypter les comportements de consommation et les attentes des hommes en matière de cosmétiques

› **Le décryptage des tendances porteuses** et des leviers de croissance du marché dans un contexte de complexification de l'identité masculine

› **Le benchmark** de près de 90 marques françaises et internationales et leur positionnement au travers de notre typologie exclusive

Retail : le virage du serviciel

Les services, nouveaux leviers de différenciation des enseignes

› **Le panorama des offres** de services déployées par les retailers par catégorie (aide à l'achat, services logistiques, solutions de financement, services circulaires, services communautaires, services expérientiels, service client et SAV…)

› **Une analyse comparative** par marché et l'identification des services à potentiel selon les secteurs d'activité (Beauté, Bricolage-jardinage, High tech-biens culturels, Luxe, Mode, Maison, Sport)

› **Des business case**s avec les enseignes et les e-commerçants les plus avancés dans la transition servicielle

› **Une analyse prospective** des services émergents et futurs

Marchés du luxe : reconquérir la clientèle occasionnelle

Clientèle aspirationnelle et Gen Z : quelles sont les stratégies gagnantes pour réengager durablement les clients perdus et recruter de nouveaux acheteurs ?

› **Les chiffres clés du marché** du luxe, par zone géographique et segment de produit (valorisation exclusive Les Echos Études)

› **Les principaux indicateurs clés** par catégorie de clientèle du luxe

› **Les grands enseignements** au regard des performances commerciales et financières d'une vingtaine de groupes et maisons de luxe

› **Un benchmark des stratégies** de reconquête et des initiatives inspirantes des maisons de luxe

Le renouveau du marché des soins anti-âge

Longévité, well-aging, pro-aging… : la révolution des cosmétiques

› **Les chiffres clés du marché** mondial des soins de la peau anti-âge

› **Un focus détaillé** sur le marché français par circuit de distribution (GSA, officines, parapharmacies, circuit sélectif…) et par segment

› **Une enquête auprès des Françaises** pour décrypter le profilage des consommatrices, leurs habitudes de consommation et leurs attentes

› **Les stratégies de croissance** des acteurs (laboratoires pharmaceutiques, acteurs de la cosmétique, startups…) sur le skincare anti-âge

› **Les perspectives du marché** à l'horizon 2030

Produits capillaires : les leviers de croissance du marché

Nouvelles attentes des consommateurs, tendances porteuses et perspectives 2030

› **Les chiffres clés et les perspectives** à horizon 2030 en France

› **Dynamiques et tendances par segments :** usages (hygiène, traitement, soin, coloration, styling), catégories de produits…

› **Une enquête auprès des Françaises** pour décrypter le profilage des consommatrices, leurs habitudes de consommation et leurs attentes

› **Les stratégies de croissance** des acteurs positionnés sur le marché : laboratoires pharmaceutiques, acteurs de la beauté, acteurs du mass market, jeunes pousses…

Marchés du luxe expérientiel et de l'aménagement intérieur

Quelles stratégies gagnantes de positionnement sur ces marchés ? Quels modèles économiques et quelles ambitions pour les acteurs du luxe de la personne ?

› **L'intérêt stratégique de ces univers** (hospitalité, restaurants/gastronomie, arts de la table, ameublement/ décoration…)

› **Le poids économique** et la dynamique de ces différents marchés

› **Le benchmark** de la présence des maisons du luxe fashion par univers

› **L'analyse des différents modèles** économiques et stratégies mises en œuvre

› **Les recommandations** des Echos Études par type de maison et par univers

Les territoires de croissance du marché du parfum

Nourrir la croissance de demain : adresser les tendances porteuses et montantes, identifier les prochains leviers de création de valeur

› **Tous les chiffres clés du marché** mondial des parfums (poids économique dynamique par zone géographique, segment, duty free/travel retail…)

› **Un focus détaillé** sur le marché français

› **Le décryptage complet** des relais de croissance du marché et des tendances phares et émergentes à adresser

› **Les stratégies mises en place** par les acteurs pour y répondre

› **Les perspectives** à l’horizon 2028

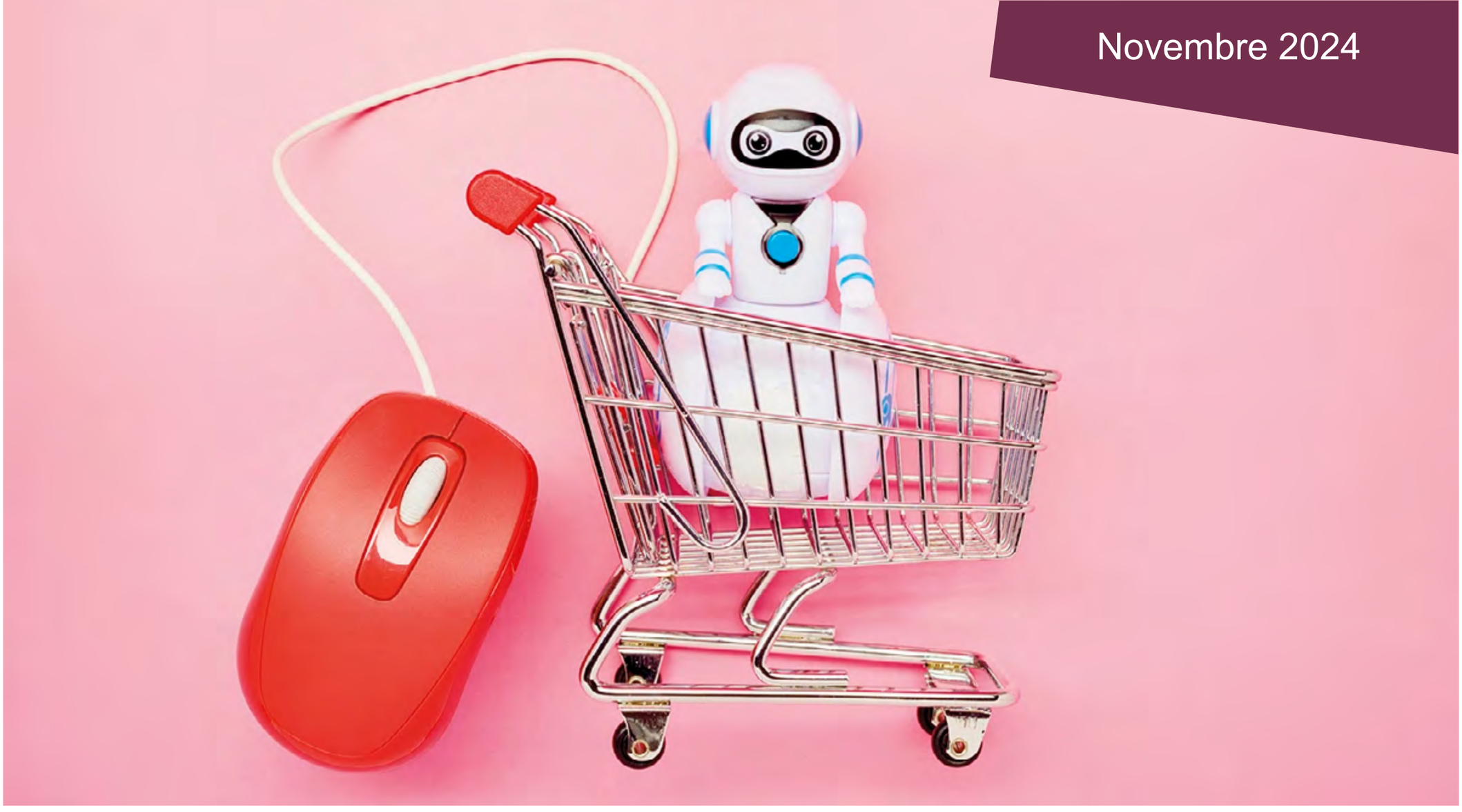
Luxe - Mode - Beauté : réenchanter l'acte d'achat

De la mise sur le marché à la visite en boutique, comment réinventer le plaisir de consommer et créer de nouvelles opportunités de croissance

› **Le décryptage des attentes** consommateurs et les défis auxquels font face les acteurs du luxe, de la mode et de la beauté

› **Le panorama complet** des leviers actionnables : stratégies community centric (crowdfunding, cocréation, social selling, livestream shopping…), nouveaux modèles (précommande, clubs, souscription…), nouveaux services (garantie à vie, customisation/mass personnalisation, consigne…), nouveaux concepts de points de vente…

› **L'analyse de concepts inspirants** et des best practices en France et à l'international



IA : la révolution du retail

Capitaliser sur le potentiel de l'IA pour transformer l'expérience client et optimiser l'efficacité opérationnelle

› **Un panorama des applications** de l'IA générative dans le retail

› **Des cas d'usage** dans les différents secteurs du retail

› **Les enseignes et e-commerçants** les plus avancés dans leur stratégie IA

› **Les opportunités à saisir** avec l'IA pour déployer des avantages concurrentiels et enrichir l'expérience client et les défis à relever

Le marché français de la dermocosmétique

Tendances porteuses auprès des consommateurs, stratégies de croissance des marques et enseignes, perspectives à l'horizon 2028

› **L'analyse détaillée par catégorie** (soins de la peau, capillaires, hygiène, maquillage, solaires, bébé-enfant)

› **L'analyse des circuits de distribution :** officines, parapharmacies et e-commerce

› **Le paysage concurrentiel** et les stratégies de croissance des acteurs positionnés sur le marché : laboratoires pharmaceutiques, acteurs de la beauté, acteurs du mass market, jeunes pousses…

› **Les grandes tendances du marché** et les perspectives à l'horizon 2028

En partenariat avec GERSDATA

Marchés de l’occasion et de la location

Comment les retailers s’adaptent et se transforment face aux nouvelles habitudes de consommation ? Quels seront les modèles gagnants ?

› **Les intérêts stratégiques** de ces nouvelles offres durables pour les marques et enseignes du neuf de 9 secteurs clés (luxe, prêt-à-porter, équipement de la maison, jeux et jouets, articles de sport, high tech, produits culturels, bricolage-jardinage)

› **Les secteurs et les acteurs** les plus avancés dans le déploiement de ces nouvelles offres

› **Les ambitions des retailers** (GSA, enseignes spécialisées, grands magasins…) pour ces nouveaux services

› **Les différents modèles économiques** et modes de développement de ces nouveaux business

Le nouveau visage du marché mondial de la bijouterie-joaillerie de luxe

De l’accessoire à la haute joaillerie : le bijou, nouvelle frontière du luxe

› **L'intérêt stratégique** de la bijouterie-joaillerie pour les groupes et maisons de luxe

› **Tous les chiffres clés du marché** (valorisation exclusive Les Echos Etudes)

› **Le benchmark** des stratégies mises en œuvre par les maisons et de leurs performances commerciales

› **L’évolution du jeu concurrentiel** tandis que l’offre s’étoffe

Les outsiders du luxe

Identifier les pépites, les cibles et les challengers de demain

› **Le benchmark des performances,** les stratégies et les modèles de développement de 25 maisons outsiders passées au crible au travers de monographies dédiées : jeunes pousses, belles endormies, maisons en phase de redéploiement

› **Les problématiques** auxquelles ces maisons font face sur un marché largement dominé par des leaders disposant d'une importante force de frappe financière et opérationnelle

› **Les leviers à actionner** afin de se faire durablement une place sur le marché du luxe

VOUS SOUHAITEZ ALLER PLUS LOIN ? **NOUS POUVONS VOUS ACCOMPAGNER !**

Votre contact pour tous vos projets d’études personnalisées :

Vous souhaitez identifier de nouvelles opportunités d’affaires, évaluer le potentiel de votre marché, valider votre business plan, publier un livre blanc ? Nous mettons à la disposition de vos projets d’études sur-mesure, l’ensemble de nos savoir-faire, notre parfaite maîtrise méthodologique, ainsi que nos outils d’investigations personnalisés (enquêtes usages et attitudes, interviews, desk research…) pour vous formuler une réponse entièrement adaptée à vos besoins.

Les Echos Études est le partenaire de votre croissance.

Alors, contactez-nous et étudions ensemble votre projet !

Sabrina TIPHANEAUX

Directrice adjointe
Les Echos Études

stiphaneaux@lesechos.fr

07 62 27 34 30

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ? **VOUS POUVEZ NOUS CONTACTER !**

Caroline JAUBOURG

Directrice commerciale
et relation clients
cjaubourg@lesechos.fr
01 87 39 76 32

Catherine CHARPENTIER

Responsable commerciale
et relation clients
ccharpentier@lesechos.fr
01 87 39 76 28

Les Echos

ÉTUDES

Filiale du Groupe Les Echos-Le Parisien, et partenaire des plus grandes entreprises françaises depuis plus de 35 ans, Les Echos Études est l'institut référent du monde économique. Données de marché, expertise sectorielle, tendances émergentes… Appuyez-vous sur l'expertise de nos consultants pour décrypter vos marchés.

Crédits photos : Getty images
Conception et réalisation : Les Echos Études / Les Echos Publishing - 10, bd de Grenelle 75015 PARIS